



Ελληνική Δημοκρατία



Νέοι δρόμοι στη Διαμεσολάβηση



Συνοπτική παρουσίαση
Ετήσια Έκθεση 2016

Συνήγορος του Καταναλωτή
Μία Αρχή για όλους



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΗΣ ΑΡΧΗΣ "ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ" ΓΙΑ ΤΟ 2016

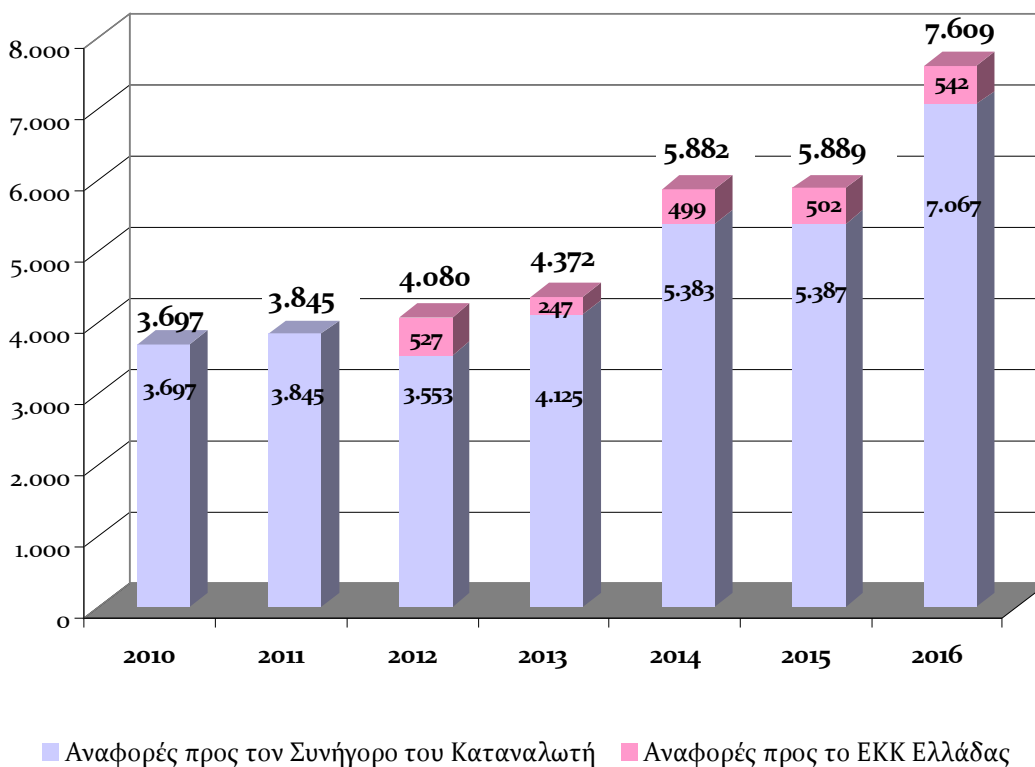
Ποσοτικά στοιχεία

Ο αριθμός των αναφορών που υποβλήθηκαν στον Συνήγορο του Καταναλωτή το 2016 ανήλθε σε 7.067, ιδιαίτερα αυξημένος κατά 31,2% σε σχέση με το 2015. Επίσης, αυξημένος κατά 8% εμφανίζεται ο αριθμός των αναφορών (542) που δέχθηκε το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή Ελλάδα, που ανήκει στις αρμοδιότητες του Συνηγόρου του Καταναλωτή. Πρόκειται για τον μεγαλύτερο αριθμό αναφορών που δέχθηκαν ο Συνήγορος του Καταναλωτή από την ίδρυσή του και το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή από την έναρξη λειτουργίας του.

Αθροιστικά, ο αριθμός των αναφορών της Αρχής διαμορφώθηκε σε 7.609.

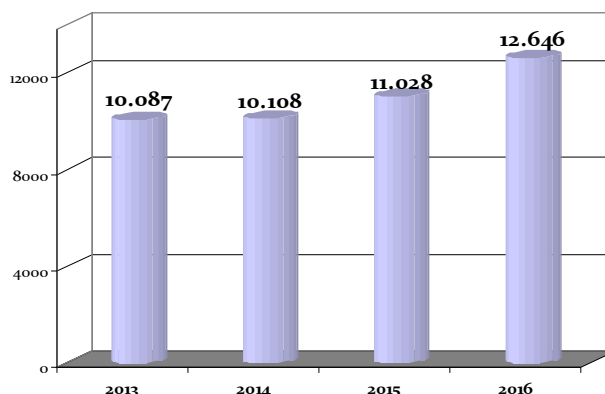
Επισημαίνεται ότι σε σχέση με το 2010, χρονιά εισόδου της χώρας στη μακρά περίοδο της ύφεσης και της οικονομικής κρίσης, υπήρξε υπερδιπλασιασμός του αριθμού των αναφορών.

Γράφημα 1: Εξέλιξη αριθμού αναφορών από το 2010 και μετά



Διαπιστώθηκε, παράλληλα, αύξηση κατά 14,6% του αριθμού των καταναλωτών που εξυπηρετήθηκαν τηλεφωνικά το 2016 από την Αρχή σε σχέση με προβλήματα που αντιμετώπισαν κατά τις συναλλαγές τους με προμηθευτές.

Γράφημα 2: Εξέλιξη αριθμού παραπόνων

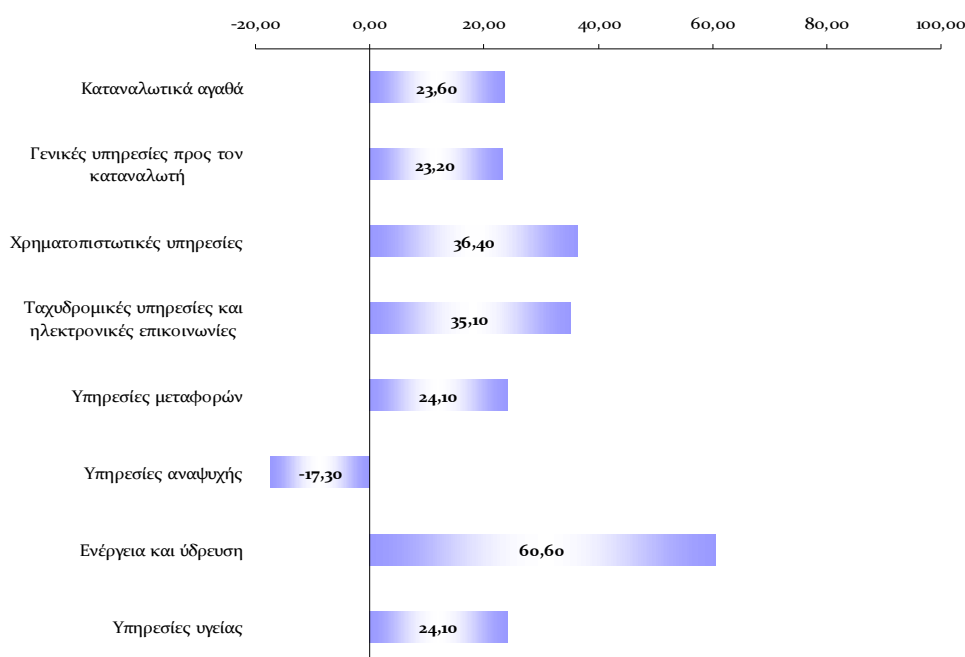


Αύξηση κατά κλάδο

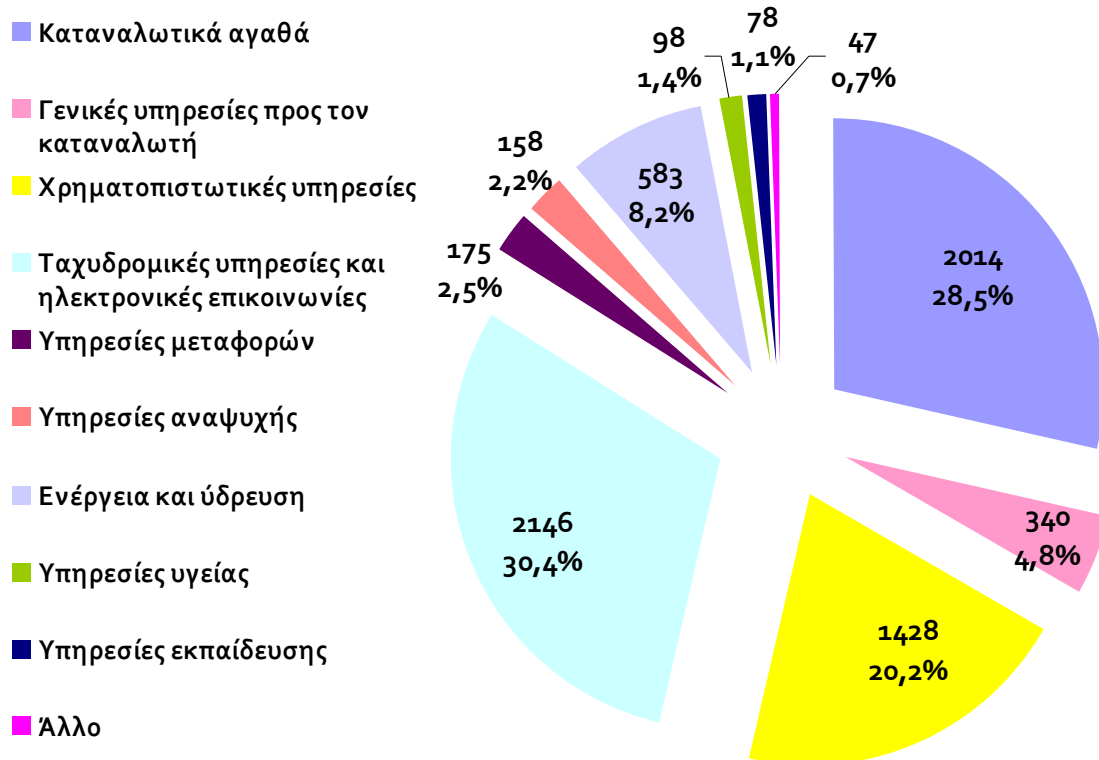
Το σύνολο των εμπορικών κλάδων παρουσίασαν αύξηση του αριθμού των αναφορών το 2016 σε σχέση με το 2015. Σημαντικότερη αύξηση παρουσίασαν οι κλάδοι της ενέργειας-ύδρευσης (60,6%), των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών (36,4%) και των ηλεκτρονικών επικοινωνιών (35,1%), οι οποίοι συνδέονται άρρηκτα με πάγιες οικονομικές υποχρεώσεις των πολιτών και, επομένως, αντικατοπτρίζουν σαφέστατα τις άμεσες και αρνητικές επιπτώσεις της κρίσης στα εισοδήματά τους.

Την ίδια στιγμή, ο μόνος εμπορικός κλάδος που εμφάνισε μείωση κατά 17,3% των αναφορών που δέχτηκε το 2016 σε σχέση με το 2015 είναι οι υπηρεσίες αναψυχής, γεγονός που επιβεβαιώνει όχι μόνο τη μεγάλη δυσπραγία των πολιτών, αλλά και τη δραστική αλλαγή προτεραιοτήτων στην καθημερινότητά τους που έχει επιβάλει η τρέχουσα οικονομική συγκυρία.

Γράφημα 3: Διακύμανση του αριθμού των αναφορών (%) ανά εμπορικό κλάδο (2015-2016)



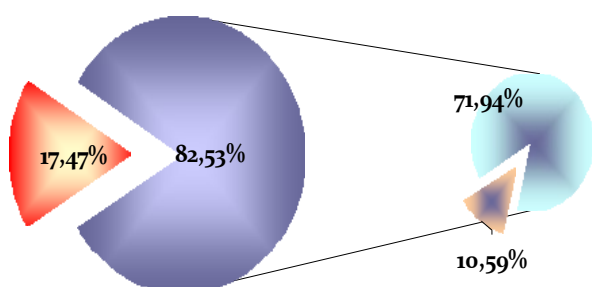
Γράφημα 4: Αναφορές του 2016 ανά εμπορικό κλάδο



Ποσοστά επίλυσης διαφορών

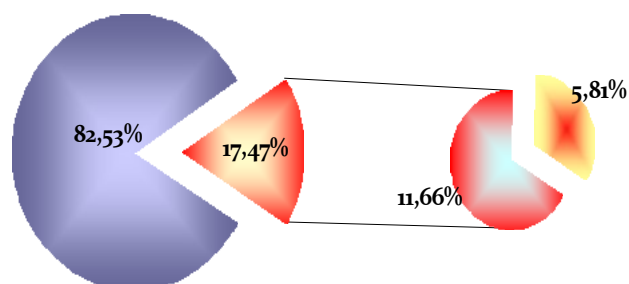
Η επίλυση των καταναλωτικών διαφορών αρμοδιότητας της Αρχής ανήλθε σε 82,53%, ποσοστό οριακά αυξημένο σε σχέση με τα δύο προηγούμενα χρόνια (82,04% το 2015 και 81,4% το 2014). Παρά την τεράστια αύξηση του αριθμού των αναφορών, υπήρξε μείωση του μέσου χρόνου επίλυσης, ο οποίος δεν ξεπερνά τις 82 ημέρες (85 ημέρες το 2015).

Γράφημα 5: Ανάλυση επιλυθεισών αναφορών



- Δεν επιλύθηκαν
- Επιλύθηκαν
- Επιλύθηκαν υπέρ καταναλωτή
- Επιλύθηκαν υπέρ προμηθευτή

Γράφημα 6: Ανάλυση μη επιλυθεισών αναφορών



- Επιλύθηκαν
- Δεν επιλύθηκαν
- Κατόπιν εξάντλησης όλων των μέσων φιλικού διακανονισμού
- Ο προμηθευτής δεν ανταποκρίνεται ή έχει πάψει να λειτουργεί



Υπογραμμίζεται ο πολύ υψηλός βαθμός ανταπόκρισης, που φτάνει στο 94%, των προμηθευτών στη διαμεσολαβητική διαδικασία που εφαρμόζει η Αρχή, η οποία, σημειωτέον, είναι προαιρετική για τους ίδιους. Προκύπτει, έτσι, το μέγεθος της εμπιστοσύνης που δείχνει το σύνολο των παραγόντων της αγοράς, καταναλωτές και προμηθευτές, στην αποτελεσματικότητα της Αρχής και ανοίγονται νέοι δρόμοι στη Διαμεσολάβηση σε συνδυασμό με τη συμπλήρωση της νομοθεσίας με το νέο Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας και τον Κώδικα Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Πίνακας 1: Ποσοστά φιλικής επίλυσης διαφορών ανά εμπορικό κλάδο

Εμπορικός κλάδος	Ποσοστά επίλυσης		
	Σύνολο	Υπέρ καταναλωτή	Υπέρ προμηθευτή
Ταχυδρομικές υπηρεσίες & ηλεκτρονικές επικοινωνίες	93,4%	85,1%	8,3%
Υπηρεσίες εκπαίδευσης	83,6%	60,7%	22,9%
Καταναλωτικά αγαθά	81,8%	71,0%	10,8%
Υπηρεσίες μεταφορών	79,7%	61,6%	18,1%
Γενικές υπηρεσίες προς καταναλωτή	74,2%	63,1%	11,1%
Χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες	72,8%	58,6%	14,2%
Ενέργεια και ύδρευση	67,1%	61,5%	5,6%
Υπηρεσίες υγείας	65,9%	55,7%	10,2%
Υπηρεσίες αναψυχής	64,1%	54,1%	10,0%

Οι κλάδοι των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και των ταχυδρομικών υπηρεσιών, των καταναλωτικών αγαθών και των υπηρεσιών εκπαίδευσης εξακολουθούν να εμφανίζουν τα συντριπτικότερα ποσοστά επίλυσης (άνω του 80%, έως και σχεδόν 94%), ενώ σε εξίσου υψηλά ποσοστά (άνω του 70%) κυμαίνεται η φιλική επίλυση διαφορών που εμπίπτουν στους κλάδους των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, των γενικών υπηρεσιών προς καταναλωτή και των υπηρεσιών μεταφορών. Σε κάθε περίπτωση, τα ποσοστά φιλικής επίλυσης που επιτυγχάνει η Αρχή σε καταναλωτικές διαφορές δεν πέφτουν ποτέ κάτω από περίπου 65%.



Ποιοτικά στοιχεία

Παράγοντες που μπορούν να συσχετιστούν με την περυσινή αύξηση των αναφορών θεωρούνται:

1. Η γεωμετρικά αυξανόμενη δυσκολία καταναλωτών-δανειοληπτών να εξυπηρετούν τις δανειακές τους υποχρεώσεις, γεγονός που εκτίναξε τον αριθμό των αναφορών του χρηματοπιστωτικού τομέα κατά **36,4%** σε σχέση με το 2015, δεδομένου ότι σε σημαντικό ποσοστό αφορούσαν σε αιτήματα ρύθμισης οφειλών στο πλαίσιο του Κώδικα Δεοντολογίας Τραπεζών που είτε είχαν απορριφθεί από τους πιστωτικούς φορείς είτε δεν κατέστη δυνατόν να οδηγηθούν σε κοινά αποδεκτή λύση κατά το στάδιο της Διαδικασίας Επίλυσης Καθυστερήσεων.
2. Οι οικονομικές αμφισβητήσεις του κλάδου των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, που παρουσίασε αύξηση αναφορών κατά **35,1%**. Οι αμφισβητήσεις, συνήθως, προκύπτουν κατά τη διαδικασία αλλαγής παρόχου (*φορητότητα*), όταν η προηγούμενη συμβατική σχέση καταναλωτή-εταιρείας τερματίζεται ανώμαλα (π.χ. ποιότητα υπηρεσιών, ανεξόφλητα υπόλοιπα) ή πρόωρα (σ.σ. πριν από τη συμφωνημένη λήξη της) ή όταν προκύπτουν ζητήματα εφαρμογής και ερμηνείας μεταξύ του δικαιώματος της υπαναχώρησης και του δικαιώματος ακύρωσης της αίτησης φορητότητας. Σημαντικός και συχνά εμφανιζόμενος στις αναφορές των καταναλωτών λόγος για την πρόκληση αμφισβητήσεων θεωρούνται, επιπροσθέτως, οι φερόμενες αναντιστοιχίες μεταξύ προβλεπόμενων στη σύμβαση και παρεχόμενων στην πράξη υπηρεσιών, ιδίως όταν η σύμβαση έχει συναφθεί εξ αποστάσεως και δεν υπάρχει έγγραφος τύπος για να αντληθούν ευχερώς αποδεικτικά στοιχεία.
3. Η ανοδική τάση, κατά 3,6%, που σημείωσε ο όγκος των πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο μέσα στο 2016 και, μάλιστα, σε είδη καταστημάτων υψηλής συναλλακτικής έντασης, όπως ένδυση, υπόδηση, έπιπλα, ηλεκτρικά είδη και οικιακός εξοπλισμός. Είναι χαρακτηριστικό ότι η τάση αυτή αποτυπώθηκε και στον αριθμό των αναφορών που υποβλήθηκαν στην Αρχή στη σχετική κατηγορία των καταναλωτικών αγαθών (αύξηση **23,6%** σε σύγκριση με το 2015).
4. Η διαφαινόμενη τάση των καταναλωτών να αμφισβητούν την ορθότητα πάγιων επιβαρύνσεών τους, που συνδέονται με την παροχή υπηρεσιών κοινωφελούς χαρακτήρα (ενέργεια, ύδρευση). Ο κλάδος παρουσίασε αύξηση **60,6%**.
 - Στην περίπτωση των υπηρεσιών ενέργειας, τέτοιες αμφισβητήσεις συνδέονται, εμμέσως, με την οικονομική αδυναμία ορισμένων, κατά περίπτωση, καταναλωτών να εξοφλούν τους λογαριασμούς τους όσο και με ζητήματα κατανόησης της σχέσης που μπορεί να έχουν ορισμένες χρεώσεις στον λογαριασμό τους (π.χ., οι αποκαλούμενες *ρυθμιζόμενες* ή *χρεώσεις υπέρ τρίτων*) με αυτή καθ' αυτή την κατανάλωση ρεύματος.
 - Στην περίπτωση της προμήθειας ύδατος, οι αμφισβητήσεις τείνουν να συνδέονται με υψηλή κατανάλωση λόγω αφανών διαρροών ή σε ακίνητα των καταναλωτών που, κατά τους προβαλλόμενους ισχυρισμούς τους, είναι ακατοίκητα και, συνεπώς, δεν δικαιολογείται η οιαδήποτε χρέωση, λόγω ανύπαρκτης κατανάλωσης.
5. Η θεσμοθέτηση και νέων μηχανισμών διαμεσολάβησης, όπως είναι η ηλεκτρονική επίλυση των καταναλωτικών διαφορών, εγχώριων και διασυνοριακών, μέσω ενιαίας διαδικτυακής πλατφόρμας που λειτουργεί για όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση



και ισχύει από τις 15 Φεβρουαρίου 2016, για την εφαρμογή της οποίας ως σημείο επαφής στη χώρα μας έχει οριστεί το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή.

Οι περισσότερες εκ των αναφορών σχετίζονται με:

1. Οικονομικές διαφορές (εσφαλμένοι λογαριασμοί, αδικαιολόγητες ή αδιαφανείς τιμολογήσεις, αθέμιτες διαδικασίες είσπραξης χρεών, αλλαγές στον συνήθη τρόπο χρέωσης).
2. Την ποιότητα των αγαθών (ελαττωματικά αγαθά, αγαθά με έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων ή που δεν ανταποκρίνονται στην παραγγελία του καταναλωτή).
3. Την παράδοση / παροχή των αγαθών (αγαθά που δεν παραδίδονται καθόλου ή παραδίδονται στον καταναλωτή μερικώς ή και με μεγάλες καθυστερήσεις).
4. Θέματα κατάρτισης και εκτέλεσης συμβάσεων (πλημμελής ή ελλιπής προσυμβατική ενημέρωση, μονομερής τροποποίηση συμβατικών όρων, προβλήματα στην άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, ζητήματα διακοπής / καταγγελίας συμβάσεων).
5. Μη τήρηση εγγυήσεων (εμπορικής / νόμιμης).
6. Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (παραπλανητικοί όροι και προϋποθέσεις συναλλαγής, εσφαλμένη ή παραπλανητική ένδειξη χρεώσεων, παραπλανητική διαφήμιση, επιθετική πώληση αγαθών ή χωρίς τη ρητή συναίνεση του καταναλωτή).

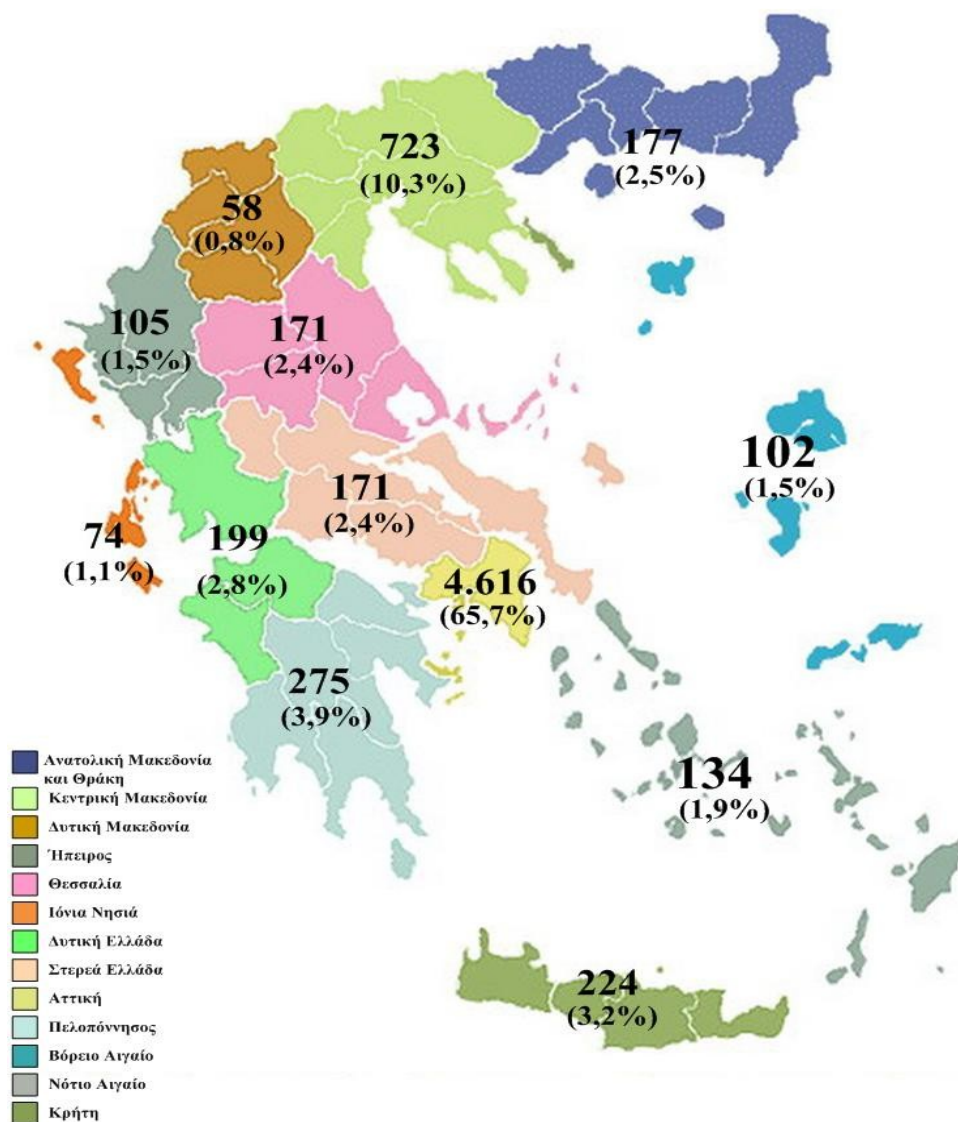
Επισημαίνεται, ειδικότερα, ότι σε σχέση με το 2015, οι αναφορές σχετικά με την ποιότητα αγαθών, με οικονομικές διαφορές και με θέματα κατάρτισης και εκτέλεσης συμβάσεων παρουσίασαν, αντίστοιχα, υπολογίσιμη αύξηση 4,5%, 2,9% και 3,5%, ενώ οι αναφορές σχετικά με την παράδοση / παροχή αγαθών, την τήρηση εγγυήσεων και τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές παρουσίασαν ελαφριά μείωση κατά 1,2%, 1,1% και 1,8%, αντίστοιχα. Σε κάθε περίπτωση, οι παραπάνω γενικές κατηγορίες παραπόνων είναι οι συχνότερα εμφανιζόμενες στις αναφορές των καταναλωτών.



Το προφίλ των πολιτών που προσέφυγαν το 2016 στον Συνήγορο του Καταναλωτή

Οι αναφορές στον Συνήγορο του Καταναλωτή υποβλήθηκαν κατά 59,1% από άνδρες και κατά 40,9% από γυναίκες. Οι περισσότεροι προσφεύγοντες προήλθαν από τα αστικά κέντρα (65,7% των αιτήσεων υποβλήθηκαν από καταναλωτές που διαμένουν στην Αττική και το 10,3% από διαμένοντες στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης).

Γράφημα 7: Γεωγραφική διασπορά των αναφορών (2016)



Τα στατιστικά στοιχεία σε σχέση με τις μεθόδους πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών δεν διαφοροποιήθηκαν ιδιαίτερα σε σύγκριση με το 2015. Έτσι, σχεδόν τα 2/3 των αναφορών του 2016 εξακολουθούν να σχετίζονται με συναλλαγές που έγιναν πρόσωπο με πρόσωπο, δηλαδή εντός της εγκατάστασης των καταγγελλόμενων επιχειρήσεων, ενώ περίπου μία στις τέσσερις αναφορές σχετίζεται με συναλλαγή που έγινε εξ αποστάσεως, συμπεριλαμβανομένου του ηλεκτρονικού και του κινητού εμπορίου.

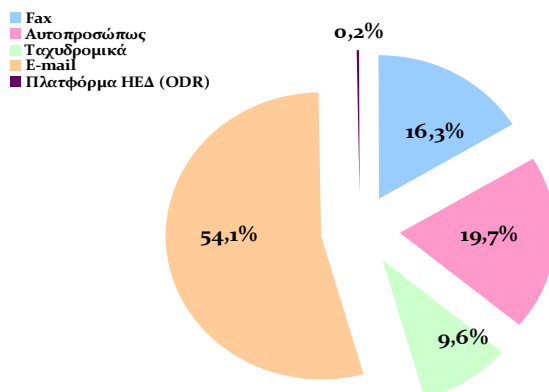
Υπογραμμίζεται ότι η αύξηση των συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου, η οποία, σύμφωνα με έρευνες αποδίδεται τόσο στα *capital controls* όσο και στη λειτουργία μεγαλύτερου αριθμού ηλεκτρονικών καταστημάτων σε πολλές κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών, διευρύνοντας έτσι και τις συναλλακτικές επιλογές των καταναλωτών,



αποτυπώνεται και στα στατιστικά στοιχεία της Αρχής, αφού ο συγκεκριμένος τύπος συναλλαγών σημείωσε ραγδαία αύξηση κατά 32,6% σε σχέση με το 2015.

Η χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) έχει πλέον παγιωθεί ως ο δημοφιλέστερος τρόπος αποστολής αναφορών και, γενικότερα, επικοινωνίας των πολιτών με τον Συνήγορο του Καταναλωτή. Το 2015 ήταν η πρώτη χρονιά που περισσότερες από τις μισές αναφορές που δέχτηκε η Αρχή παρελήφθησαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενώ το 2016 το ποσοστό αυτό παρουσίασε περαιτέρω αύξηση.

Γράφημα 8: Τρόποι υποβολής αναφορών



Χαρακτηριστικότερες παρεμβάσεις Συνηγόρου του Καταναλωτή για το 2016

1. Κύρωση, με προεδρικό διάταγμα, του Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας που εισηγήθηκε ο Συνήγορος του Καταναλωτή στο Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς.
2. Παρέμβαση στο Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης, την Τράπεζα της Ελλάδας και την Ελληνική Ένωση Τραπεζών σχετικά με την ανάγκη δωρεάν χορήγησης αντιγράφων δανειακών συμβάσεων σε δανειολήπτες που θέλουν να υπαχθούν στον νόμο για τα υπερχρεωμένα νοικοκυριά (ν. 3869/2010).
3. Πρόταση νομοθετικής ρύθμισης προς το Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης για την αλλαγή του θεσμικού πλαισίου που διέπει τις Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού.
4. Πρόταση στην Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων για την τροποποίηση του Κώδικα Δεοντολογίας για την Παροχή Υπηρεσιών Πολυμεσικής Πληροφόρησης και του Κανονισμού Φορητότητας.
5. Δημόσια παρέμβαση για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (παραποίηση αριθμού διανυθέντων χιλιομέτρων) κατά την προμήθεια μεταχειρισμένων οχημάτων και διαβίβαση υποθέσεων για επιβολή προστίμου και διερεύνηση από τη Δικαιοσύνη.
6. Παρέμβαση για καταχρηστικούς όρους σε συμβάσεις παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, που προέβλεπαν την απόσβεση του δικαιώματος υπαναχώρησης των καταναλωτών από εξ αποστάσεως συμβάσεις με την ενεργοποίηση της σύνδεσης στο δίκτυο του παρόχου, πριν από την εκπνοή της νόμιμης προθεσμίας (14 ημερολογιακές ημέρες) για την υπαναχώρηση.
7. Δημόσια παρέμβαση για παραπλανητικές προωθητικές ενέργειες ορισμένων παρόχων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, οι οποίοι εμφάνιζαν τη συμμόρφωση προς το ενωσιακό θεσμικό πλαίσιο για τις μειωμένες χρεώσεις περιαγωγής ως πρόσθετη παροχή, με σκοπό την προσέλκυση συνδρομητών σε προγράμματα με υπερμονοετή συμβατική δέσμευση.



8. Δημόσια παρέμβαση για παράνομες επιβαρύνσεις καταναλωτών που χρησιμοποιούν πιστωτική ή χρεωστική κάρτα ως μέσο πληρωμής κατά τις συναλλαγές τους.
9. Παρέμβαση για τη δυνατότητα πληρωμής διοδίων με τη χρήση χρεωστικών / πιστωτικών καρτών.
10. Διαβίβαση στη Δικαιοσύνη μηνυτήριων αναφορών σε βάρος εταιρειών που παρείχαν ιατρικές υπηρεσίες, χωρίς νόμιμη άδεια από τον Ιατρικό Σύλλογο.

Συμμετοχή σε διαβουλεύσεις

1. Συμμετοχή στη διαβούλευση για την τροποποίηση του Κανονισμού Γενικών Αδειών.
2. Συμμετοχή στη διαβούλευση για τον Κώδικα Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.
3. Συμμετοχή στις εργασίες της νομοπαρασκευαστικής επιτροπής της Γ.Γ. Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή για την αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας των εταιρειών ενημέρωσης οφειλετών.
4. Συμμετοχή στις εργασίες της νομοπαρασκευαστικής επιτροπής της Γ.Γ. Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, ύστερα από σχετικές συστάσεις του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, για την αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου προστασίας των καταναλωτών, με έμφαση στην προώθηση του ηλεκτρονικού εμπορίου.
5. Συμμετοχή στη διαβούλευση επί του σχεδίου νόμου του Υπουργείου Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων για την ενσωμάτωση της Οδηγίας 2000/43/EK περί εφαρμογής της αρχής της ίσης μεταχείρισης προσώπων ασχέτως φυλετικής ή εθνοτικής τους καταγωγής.

Ενημερωτικές και προωθητικές δράσεις

1. Διοργάνωση ενημερωτικής καμπάνιας για τους καταναλωτές, με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Καταναλωτή (15 Μαρτίου), σε συνεργασία με τον Δήμο Αθηναίων, τον Οργανισμό Πολιτισμού, Αθλητισμού και Νεολαίας και τον σταθμό “Αθήνα 9.84”, με θέμα: “Είσαι Καταναλωτής; Έχεις δικαιώματα!”.
2. Εκδήλωση, σε συνεργασία με τον Ο.Π.Ε.Μ.Ε.Δ., με θέμα: “Η διαμεσολάβηση στην υπηρεσία του πολίτη-καταναλωτή: Οι διαφορετικές πτυχές της, η εμπειρία, οι τεχνικές και οι λύσεις” (30-11-2016).
3. Ενημερωτική καμπάνια για τα δικαιώματα των επιβατών στις αεροπορικές μεταφορές (Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών “Ελ. Βενιζέλος”, 7-7-2016).
4. Ενημερωτική καμπάνια για τα δικαιώματα των επιβατών στις ακτοπλοϊκές μεταφορές (Λιμάνι Ραφήνας, 22-7-2016).
5. Ενημέρωση των καταναλωτών με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα κατά της πλαστικής σακούλας.
6. Συμβουλές προς καταναλωτές σε σχέση με:
 - Την αγορά προγραμμάτων παροχής υπηρεσιών γυμναστικής, αισθητικής, αδυνατίσματος ή ιατρικής φύσης.
 - Την αγορά μεταχειρισμένων αυτοκινήτων.
 - Την πραγματοποίηση αγορών κατά τις εκπτώσεις.

Το πλήρες κείμενο της Ετήσιας Έκθεσης για το 2016 είναι διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο του Συνηγόρου του Καταναλωτή (www.synigoroskatanaloti.gr).





Συνήγορος του Καταναλωτή
Λεωφ. Αλεξάνδρας 144, 114 71 Αθήνα
Τ.: 2106460612
F.: 2106460414
grammateia@synigoroskatanaloti.gr
www.synigoroskatanaloti.gr



Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή Ελλάδας
Λεωφ. Αλεξάνδρας 144, 114 71 Αθήνα
Τ.: 2106460734
F.: 2106460784
info@eccgreece.gr
www.eccgreece.gr

Ηλεκτρονική
επίλυση
διαφορών



Αθήνα 2017